

## ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

А.А. Богусонова, С.В. Домнина

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

**Обоснование.** Возникновение первых креативных кластеров в Российской Федерации относится к 2003–2008 гг. Толчком к этому буму стал резкий рост экономики страны и уровня жизни населения. Однако такие кластеры формировались стихийно, на базе промышленных территорий. По данным Высшей школы экономики, валовая добавленная стоимость креативной экономики в России в 2019 г. достигла почти 2,4 % ВВП. Это близко к общемировому показателю в 3 % [1]. Становится все более актуальной деятельность, которая тесно связана с таким видами творческой деятельности, как проектирование, архитектура, дизайн — деятельность по управлению проектами развития креативной недвижимостью и креативными пространствами, которая имеет свои особенности.

**Цель** исследования — выявление особенностей разработки проекта развития креативной недвижимости.

**Методы.** Для выявления особенностей разработки проекта креативной недвижимости чаще всего используют методы планирования и проведения анализа конкурентной среды.

Метод планирования представляет собой поэтапное планирование развития проекта, которое включает в себя: анализ рынка, подбор помещения, подбор резидентов, техническую часть, экономические расчеты, правовые аспекты. Метод проведения анализа необходим, чтобы оценить перспективы возникновения конкурентов со схожей концепцией, определить сильные и слабые стороны проекта, выявить возможные угрозы и риски.

**Результаты.** В исследовании проанализирован опыт создания креативных пространств в Самарской области. Отмечены технопарк «Современник», творческий кластер «Артист», творческие пространства «Дом 77», «Кинохроники», «Самарские мануфактуры», «Есенин Flats», а также креативные кластеры «Артист» и «Start». Критериями выбора объектов недвижимости для создания творческих пространств являются: характеристики объекта как «вдохновляющий фактор», прилегающая территория, локация и цена. Цель таких проектов развития креативной недвижимости — сделать из «заброшек» новую городскую среду, продавая при этом не квадратные метры, а атмосферу. Однако при размещении данных пространств необходимо учитывать факторы, которые будут способствовать увеличению стоимости данных объектов. В качестве таких факторов можно выделить: факторы инфраструктуры — близость к бизнес-центрам, коворкинг-центрам, кофейням; потребительский фактор — близость к торговым центрам, объектам культурного наследия, гостиницам, станциям метро и центру города; человеческий капитал — близость к образовательным организациям [2]. При этом часто в этой сфере функционируют перспективные компании, создающие товары на стыке отраслей — культуры, цифровых технологий, промышленности. Поэтому их сложно отнести к какой-то одной отрасли, и они выпадают из поля зрения государства и нормативного регулирования.

В данном исследовании проанализирован проект создания творческой резиденции «8 студий». На примере данного проекта выделены следующие особенности его развития: организация взаимодействия в кластере, наличие развитой инфраструктуры в окружении, транспортная и пешеходная доступность, инвестиции, правовые аспекты и маркетинговое обеспечение проекта. При этом велико значение позиционирования объекта на всех этапах его развития. Креативный кластер обладает видением жизни, ценностями и идентичностью на длительный период времени. Поэтому для его реализации необходимо разработать программу, как реализовать заложенную в него идеологию. В противном случае это будет просто конечный девелоперский проект.

**Выводы.** Для развития креативных индустрий необходимо разработать действенные инструменты поддержки, закрепить понятийный аппарат и механизмы защиты интеллектуальных прав [3, с. 210]. Кроме того, важно обучить и вырастить представителей менеджмента, которые были бы заточены именно на креативные индустрии, поскольку управление в этой сфере имеет свою специфику. Необходимо, по сути, научиться перекладывать бизнес-технологии на творческую сферу.

**Ключевые слова:** креативная недвижимость; креативный кластер; проект развития креативной недвижимости.

### Список литературы

1. mustread.kpmg.ru [Электронный ресурс]. Что мешает креативным индустриям стать существенной частью российской экономики? [дата обращения: 06.04.2022]. Доступ по ссылке: <https://mustread.kpmg.ru/articles/chto-meshaet-kreativnym-industriyam-stat-sushchestvennoy-chastyu-rossijskoj-ekonomiki>
2. Власова В.В., Гершман М.А., Гохберг Л.М., и др. Креативная экономика Москвы в цифрах / под ред. Л.М. Гохберга. Москва: НИУ ВШЭ, 2021 [дата обращения 06.04.2022]. Доступ по ссылке: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/456948019.pdf>
3. Домнина С.В., Подкопаев О.А., Салынина С.Ю. Интеллектуальная собственность как фактор повышения благосостояния // Международный журнал экспериментального образования. 2016. № 11-3. С. 208–212.

### *Сведения об авторах:*

**Анастасия Александровна Богусонова** — студентка, группа КН-18о1, институт национальной и мировой экономики; Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия. E-mail: [Anastasia.bogusonova98@mail.ru](mailto:Anastasia.bogusonova98@mail.ru)

**Светлана Валентиновна Домнина** — научный руководитель, доктор экономических наук, доцент; профессор кафедры землеустройства и кадастров; Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия. E-mail: [swdomnina@mail.ru](mailto:swdomnina@mail.ru)